
MANUAL DE
RADIO-REPORTAJES
MÁS VIVOS
Voces Nuestras
Brot für die Welt

791.447
P7164m Plate, Markus
Manual de radio-reportajes más vivos / Markus Plate.
1 ed. - San José, C.R. : Voces Nuestras, 2016.
31 p.: 21x14 cm.

ISBN:978-9968-787-20-8

1. Periodismo Radiofónico. 2. Programas de radio.





MANUAL DE RADIO-REPORTAJES MÁS VIVOS

Asociación Voces Nuestras
Centro de Comunicación Educativa

Teléfono: (+506) 2283-2105
Dirección: Sabanilla, Montes de Oca. San José, Costa Rica.
Página web: http://www.vocesnuestras.org
Correo electrónico: info@vocesnuestras.org



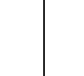
Escrito por: Markus Plate
Redacción: Fabiola Pomareda
Diseño e ilustración: Sarita Bonilla
Impreso por: Arado Comunicación Alternativa

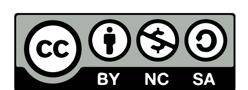
San José, Costa Rica. Noviembre 2016





Esta publicación es financiada por Pan Para el Mundo

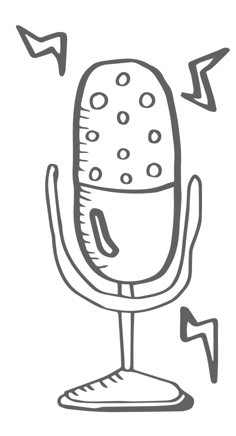








Introducción - La Radio..1
¿Cómo utilizar este manual?..2
Capítulo 1
¿Qué es un radio-reportaje?..3
Capítulo 2
¿Cuál es nuestro grupo objetivo?....................................5
Capítulo 3
¿Qué tal un enfoque novedoso?.....................................6
Capítulo 4
¿Cómo locutar mejor?..7
Capítulo 5
Grabar sonidos: Trampas Trucos....................................10
Capítulo 6
¿Cómo conseguir una buena entrevista?.........................11
Capítulo 7
¿Cómo redactar guiones vivos?.....................................13
Capítulo 8
Reportajes sin locuciones...17
Capítulo 9
Ambientaciones, elemento indispensable.......................19
Capítulo 10
¿Para qué musicalizar?...21
Capítulo 11
¡Brindemos asistencia!...22
Capítulo 12
¡Incluyamos otros idiomas!...24
Capítulo 13
¡Vamos online!...27
¿Qué necesitamos para grabar y editar?.........................29



RADIO REPORTAJES
MÁS VIVOS

HOLA HELLO
SALUT
HALLO OLÁ
CIAO

INTRODUCCIÓN
LA RADIO

La radio, por lo regular, es un medio que acompaña. La audiencia, por lo general, no le pone toda su atención mientras conduce, cocina o lava. Por eso, la radio usa un lenguaje sencillo, presenta informaciones en dosis digeribles, y trata de evitar sinónimos o metáforas. Pero sí logra llamar la atención a través de locuciones interesantes y personalizadas, al hacer conexiones entre la vida personal de las personas oyentes y el tema.

La radio crea cercanía personal con su audiencia. No hablamos con un micrófono. No hablamos para los críticos, ni para los libros de historia, ni siquiera con "la audiencia", sino con un/a solo/a oyente. Quien conduce es un huésped en el espacio de la persona oyente.

El reportaje es uno de los formatos radiofónicos más interesantes. Puede hacer uso de todos los recursos sonoros, da más libertad en la composición periodística e involucra a la persona comunicadora en todas las fases de su realización -desde la investigación hasta la edición final-. Este manual busca dar consejos y generar motivación para adentrarnos en este maravilloso formato y para elaborar producciones radiofónicas más vivas e interesantes.

¿CÓMO UTILIZAR ESTE MANUAL?

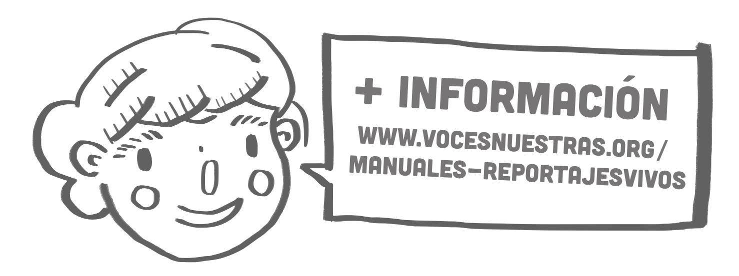
Este manual contiene secciones teóricas, ejercicios, dinámicas y muestras. Estos ejemplos de radio-producciones ya publicadas ejemplifican los diferentes recursos que se pueden utilizar en un radio-reportaje.

Usted puede encontrar estas muestras en la página web de Voces Nuestras:

www.vocesnuestras.org/manuales-reportajesvivos

En la última página de este manual, usted puede encontrar recomendaciones del equipo técnico que necesitamos para grabar y editar reportajes de buena calidad.

Esperamos que este manual le sirva, tanto para (re-)descubrir este maravilloso formato o para utilizarlo en sus propios talleres.







El reportaje es uno de los formatos periodísticos más comunes y utilizados en los medios de comunicación del mundo, tanto en radio, en periódicos como la televisión. Hoy en día, y especialmente en los medios convencionales, el reportaje se ha vuelto un formato bastante estandarizado. La frase "Dilo en 1:30 (minuto y medio)" describe muy bien cómo se presenta la mayoría de reportajes, que usualmente tienen una duración de apenas tres minutos. Tal vez esta estandarización ha reducido el esfuerzo periodístico; pero seguramente no ha aumentado el valor informativo para la audiencia, como nos explica el comediante británico Charlie Brooker en una exquisita parodia en su programa Newswipe de la BBC (el servicio público de radio, televisión e internet del Reino Unido):

MUESTRA 1
How to present the News (Video y Subtítulos)

DINÁMICA
¿QUÉ ES UN REPORTAJE RADIOFÓNICO?

Se cuelgan tres papelógrafos titulados "Características", "Función" y "Recursos sonoros" de un reportaje radiofónico. Se completan estos papelógrafos en plenaria.

Un radio-reportaje dura entre 3 y 15 minutos y se presenta de la persona comunicadora y un lenguaje entendible, narrativo y hasta coloquial.

Tiene un tema único, no necesariamente actual, y se elabora desde diferentes ángulos. Es un espacio que no solamente da voz a personas expertas, sino retrata la vida, las preocupaciones, las luchas de las personas, que experimentan una situación. Es decir que el reportaje no solo quiere informar, sino también facilitar experiencias, que la persona oyente no puede o quiere realizar - por cuestiones económicas, sociales o geográficas -. Busca profundizar y personalizar un tema, facilitar experiencias, transmitir lo atmosférico y emociones, contar historias y crear imágenes, y a la vez matizar, reflexionar, sorprender e incluso provocar. La realización de cada tema requiere trabajar una nueva narrativa, en la cual destacan las acciones de al menos una persona protagonista, desde diferentes perspectivas.

RECURSOS SONOROS EN RADIO-REPORTAJES

Para crear una pieza que sea informativa, conmovedora, dinámica y entretenida al mismo tiempo, en un radio reportaje podemos utilizar y combinar casi todos los recursos sonoros: **locución, entrevista, ambientaciones (o sonidos de ambiente) y música**.

Pero también se pueden entretejer elementos más literarios (monólogos, diálogos, crónicas) e incluso, pero con cuidado, teatrales (dramatizaciones, efectos sonoros).

Muestras:
Analicemos las siguientes muestras: ¿Qué recursos sonoros se utilizan (y no se utilizan)?

MUESTRA 2-1
Phillip Morris en Uruguay
MUESTRA 2-2
Onda Local - Mujeres en el campo nicaragüense
MUESTRA 2-3
Radio Mochila - Homenaje a Daniel Pedro Activista
MUESTRA 2-4
Radio Camoapa - Ganadería
MUESTRA 2-5
Radio Arte - Paisaje Sonoro Africano
MUESTRA 2-6
Radio Arte - Same sex wedding



Un reportaje puede resultar muy distinto, según el grupo al que nos queremos o debemos dirigir. Si hablamos por ejemplo de “las pensiones”, una audiencia joven tiene otras expectativas que quienes están por jubilarse. Cada reportaje debe tener relevancia para nuestro objetivo. Según el grupo objetivo también cambia el lenguaje que utilizamos. Un programa científico para una audiencia universitaria puede tener un lenguaje más serio que un programa que se dirige a adolescentes. Eso no quiere decir que copiemos el lenguaje de nuestro grupo objetivo, utilizando lenguajes “primitivos” o “pretenciosos”, sólo porque (pensamos que) nuestro grupo objetivo habla así. Pero sí vale la pena adecuar nuestro lenguaje periodístico y el ritmo, el tono y la melodía de nuestra locución, a las costumbres de nuestra audiencia.





Se dice que el sueño de una persona comunicadora es tocar un tema nuevo, sacar la gran novedad, descubrir un escándalo épico, ser la primera y única persona reportando una desventura. Sin embargo, en la realidad periodística, muchas historias han sido tema de muchos y hasta una infinidad de reportajes. ¿Cómo podemos entonces presentar un tema de una manera novedosa, fresca, interesante? Una forma es dándole un nuevo enfoque al tema. Pero, ¿cómo identificar un enfoque novedoso?

Una propuesta: Hagamos una lluvia de ideas. ¿Cuál sería nuestra primera idea al pensar en "migración" o en "fumar". Normalmente, para nuestra primera, segunda, incluso tercera idea ya existe un reportaje publicado. Pero no para la cuarta, quinta o sexta. Busquemos esas ideas, esos enfoques no tan obvios, no tan comunes para nuestro reportaje.







*"**La voz transmite todo**"*

En un programa radiofónico y en un reportaje radiofónico la voz es tal vez la herramienta clave para llevar la información y ambientes a la audiencia, así como crear interés y emociones en ella. El siguiente video, realizado por el colectivo Radialistas Apasionados, aborda muy bien que (y que no) caracteriza una buena locución:

MUESTRA 4-1 El buen locutor

LOCUTORES EXITOSOS TIENEN

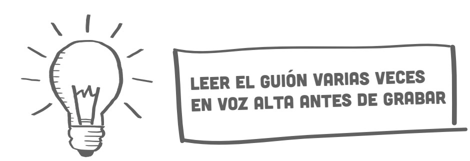
1- Su lenguaje personal.
2- Invierten tiempo para preparar sus programas (y locuciones).
3- No anticipan lo que el audio siguiente dice.
4- Son personalidades, no máquinas: tienen una propia vida de la cual utilizan historias para conectar un tema difícil con una situación personal.
5- No hablan con "millones" de personas, sino con una sola.
6- Transmiten sentimientos (nos interesa más cómo se siente el viento en una región montañosa que el porcentaje del aumento del turismo en esa región).
7- Piensan en expresiones que quedan en la memoria del/de la oyente (Hay docenas de posibilidades para desear un buen día).



LOCUTAR GUIONES

Sin embargo, hay situaciones en las cuales sí se leen las locuciones; por ejemplo, las noticias, los radio-reportajes y los documentales. Pero, y como recomiendo el periodista y locutor alemán Patrick Lynen*:

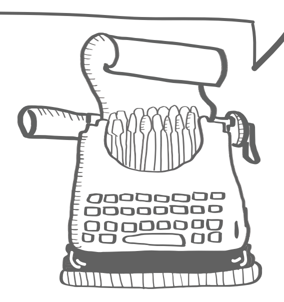
1- Si "leemos" un guión, no debe sonar leído. Recordemos las reglas para escribir un guión radiofónico. El lenguaje radiofónico es lenguaje oral. Se habla como con un amigo o un buen conocido que no necesariamente sabe mucho del tema: De buen humor, con un lenguaje ni muy minucioso ni complicado, sino transparente y comprensible.
2- SIEMPRE re-escribir / re-formular las locuciones escritas por otras personas. Mi forma de hablar siempre es diferente a la de mi colega.
3- SIEMPRE leer el guión varias veces en voz alta ANTES de grabar, hacer correcciones al guión cuando algo nos parezca poco "oral". Marcar con flechas o barras, y subrayar en el guión las pausas, acentuaciones y entonaciones.



* Tomado de su libro "Das wundervolle Radiobuch" (Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2010)".

PREPARAR LA LOCUCIÓN DE UN GUION

Pausas para respirar pueden ser marcadas por barras verticales.| Pausitas sin respirar marcadas por apóstrofes.| Se puede indicar el tono de voz con flechas, que pueden puntar hacía arriba, hacía abajo y también pueden ser horizontales. -Por ejemplo- Cuando queremos ignorar una coma.| Subrayados sencillos o dobles indican un énfasis de ser moderado o fuerte.|



4- Preparemos nuestra voz antes de locutar. La voz no solamente son cuerdas vocales o la lengua; es una herramienta que depende de la respiración, de los músculos faciales, de la postura de todo el cuerpo (La dinámica "Preparar la voz", en nuestro sitio web, explica cómo).

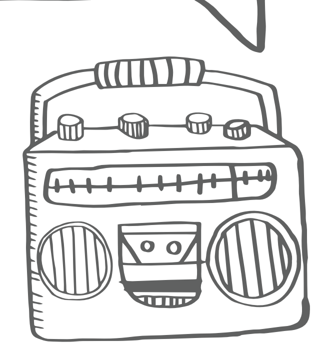
5- Al locutar: Variar velocidad (tempo), volumen, acentuación, melodía. Podemos gesticular, bailar o hacer muecas para dar efecto a nuestra voz.

6- Adecuar la locución al tema, a la hora del día, a la emoción propia, al tiempo (por ejemplo, lluvia o sol).

7- Al locutar, es recomendable hablarle al micrófono a la misma altura (hablar desde arriba suena arrogante), locutar a pie en vez de sentado, llevar la cabeza levemente para arriba y subrayar la locución con gestos y mímicas.

EN NUESTRO SITIO WEB:

(www.vocesnuestras.org/manuales-reportajesvivos) puede encontrar una selección de ejercicios para conseguir mejores locuciones.



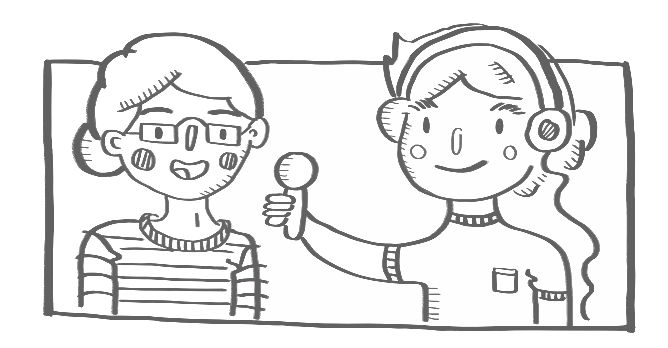




Antes de entrar a la grabación de sonidos en el campo, ya sean entrevistas o sonidos ambientales, queremos asegurarnos que estas grabaciones salgan bien, y no al regreso de nuestro viaje investigativo darnos cuenta que todo salió mal grabado y casi inútil. No solamente estamos hablando de errores de principiantes, también de profesionales con mucha experiencia a quienes de vez en cuando les pasan estos accidentes lamentables. Leonardo León, nuestro técnico de sonido, ha producido un pequeño y divertido audio-manual, que vale la pena escuchar. Sigan el enlace y disfruten:

MUESTRA 5 Trampas y trucos





Las entrevistas forman parte de varios formatos periodísticos. Se utilizan voces originales en reportajes y documentales; pero también en notas con audio e incluso radio-collages. La entrevista NO es un formato que llena el tiempo con poca preparación; al contrario: Preparación, investigación previa y preguntas adecuadas contribuyen al 85% de una buena entrevista. Aquí solo algunos consejos (en nuestra página web pueden encontrar más información acerca del tema):

¡No siempre los mismos!: Los medios, y las personas comunicadoras, tenemos a nuestros favoritos. Son personas, especialmente expertos/as que siempre aparecen en los medios porque están reconocidos como la "estrella" de un tema, porque tenemos su número a la mano, o porque nos gusta su posición o su forma de hablar. Invertir tiempo en buscar una persona entrevistada no tan común puede hacer que nuestro reportaje gane interés.

Una **investigación previa** nos ayuda conocer mas del tema, las comunidades que podríamos visitar y las posiciones de las personas que podríamos entrevistar. La fase de la investigación previa termina con la definición de un enfoque que queremos dar a nuestra entrevista. Al **preparar la entrevista** es recomendable elaborar un cuestionario para la entrevista (al menos 4 preguntas que se plantean en orden y con lenguaje sencillo). Evitar preguntas cerradas (a las cuales solo se puede contestar "Si" o "No"). Una charla previa a la entrevista sirve para definir la duración de la entrevista, para pedir respuestas cortas y precisas y que se evite lenguaje de experto (especialmente médicos y científicos).

El **testimonio** es un elemento clave de un buen reportaje. Queremos saber algo interesante de la vida y de la lucha de una persona que vive una situación relacionada con nuestro tema. Una charla previa ayuda muchísimo para construir confianza y aclarar puntos de la entrevista. Quien gana la confianza de la persona entrevistada, puede contar con que en la entrevista se le revela un pequeño secreto. La persona entrevistada debe sentirse cómoda (antes y durante de la entrevista). Las preguntas deben empezar suave, pero la entrevista gana interés, si de vez en cuando hacemos una pregunta más "dura".

Al entrevistar: Asegurarse que no hayan ruidos que pueden perjudicar la grabación (especialmente aire condicionado, celulares, refrigeradoras, viento, lluvia en techo de lata). Revisar el nivel/volumen de grabación y la posición del micrófono. ¡Utilizar audífonos! Al entrevistar, poner atención. Interrumpir cuando las respuestas se vuelven largas y tediosas o evaden la pregunta. Volver a hacer la pregunta e insistir en respuestas precisas y concretas. Interrumpir también cuando salen términos de expertos, "traducir" estos términos o pedir que se expliquen.

Al editar: Si bien podemos preguntar por datos e informaciones generales en una entrevista, las respuestas raras veces se seleccionan en la edición del material, sino que se utiliza esta información para desarrollar la locución. En un reportaje, cada fragmento de una entrevista raras veces excede un minuto y raras veces una persona entrevistada aparece más de dos veces. Para elegir los segmentos podemos guiarnos por lo siguiente: En testimonios utilicemos lo más personal, emocional e impactante. En entrevistas con personas expertas lo más novedoso, controversial o que nos ayuda a desarrollar nuestra narrativa.



Busquemos respuestas completas: Especialmente cuando la entrevista no se transmite en vivo, sino que se la graba para un reportaje (y sobre todo para un radio-collage), pedir que la persona entrevistada conteste en frases completas, retomando parte de la pregunta:

Evitar respuestas como: “Han sido ambiguos”, sino: “Los primeros meses de la presidencia de Jimmy Morales han sido ambiguos”. No: “Es cada vez más peligroso”, sino “Aquí en el barrio San Lucas, la vida se vuelve cada vez más peligrosa”. Si grabamos la entrevista para un reportaje, pedir a nuestra persona invitada una auto-presentación (“Me llamo María Flores, aquí estamos en la Ciudad de León en Nicaragua y esta es mi panadería”). Estas grabaciones luego nos permiten jugar con el material; por ejemplo cuando queremos que dentro del reportaje las personas se presenten a sí mismas en vez de que nuestra locución les presente. Así se escucha una auto-presentación en un reportaje:

MUESTRA 6-1 Auto-presentación

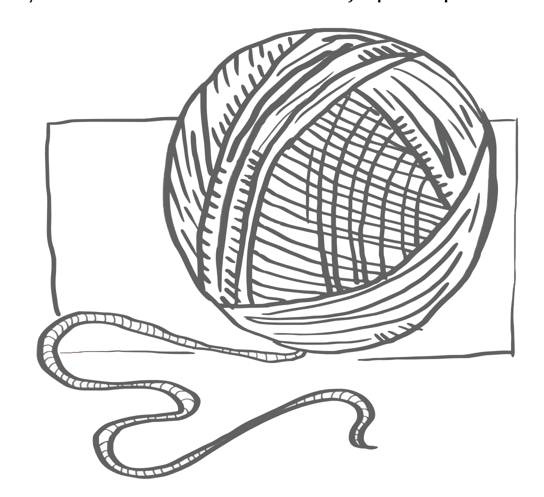




Con cada vez más noticias, redes sociales y apps, la gente tiene poca capacidad para poner atención a los programas de radio. Aquí algunos consejos para producir reportajes más interesantes, no sólo para las personas oyentes, sino también para nosotras/os:

1. EL HILO ROJO – LA NARRATIVA

1. Recolectar y apuntar impresiones, imágenes y sucesos en el lugar. (¿A qué huele el bosque? ¿Qué vemos en la casa de nuestra persona protagonista? ¿Cómo llegamos a una comunidad?)
2. Decidir que vamos de lo particular a lo general o al revés. Utilizar la imagen más fuerte (impactante) como inicio del reportaje.
3. Mezclar imágenes sonoras, experiencias y hechos en cambios continuos e interesantes.
4. Tener claro con qué información, pregunta o imagen sonora queremos cerrar el reportaje. El final del reportaje queda en la memoria y debe llevar nuestro mensaje principal.



2. BUSCAR UN/A PROTAGONISTA

La persona protagonista nos relaciona con un tema que sin su aporte sería muy técnico o académico. Permite que entendamos o hasta nos identifiquemos con su situación comprendiendo el tema y mensaje del reportaje. Ejemplos: El fotógrafo que documentó las atrocidades de un conflicto armado. Una ama de casa que se convirtió en una luchadora por el derecho al agua. Un/a joven activista por los derechos LGBTI contando sus experiencias personales.

3. UN INICIO DIFERENTE

¿Por qué empezar siempre de la misma manera? Tienen que contestarse las preguntas claves (¿Qué? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Quién? ¿Por qué?); pero no necesariamente en el primer párrafo. El inicio nos da la oportunidad de llamar la atención. ¿Qué llama la atención? La sorpresa, una perspectiva novedosa, una comparación inesperada, una cita que la audiencia puede conectar con el tema o un personaje, una aparente contradicción, una descripción de un lugar o un personaje sin mencionar su nombre, una ambientación o un fragmento de una entrevista.

- **EJEMPLOS**

"Es considerado uno de los genios en ingeniería civil. Sus túneles conectan países sin la necesidad de perder tiempo y nervios en las aduanas. Ahora nuevamente comprobó su capacidad" *(sobre la fuga de El Chapo Guzmán).*

"¿Alguna vez se sintió inseguro acerca de cómo tratar con un miembro de la familia borracho que acaba de regresar de una orgía? Una colección de libros de textos que se dirigían a griego-hablantes aprendiendo latín en el mundo antiguo podría brindarle la solución."*

Estos inicios sorprendentes no solamente sirven para reportajes, sino también para notas y entrevistas.

DINÁMICA:
INICIOS DIFERENTES PARA NOTICIAS

Busquemos artículos actuales en el periódico. Pensemos en y redactamos un inicio sorprendente.

* Tomado de un artículo del periodico británico "The Guardian" sobre un "libro de etiqueta" descubierto en excavaciones de la Roma antigua.



4. LLEVAR A LA AUDIENCIA AL LUGAR: DESCRIBAMOS PERSONAJES Y LUGARES

No decir solamente "Julia es una ama de casa que se convirtió en una luchadora por el derecho al agua", sino describirla. ¿Qué edad tiene, cómo se viste, qué vemos en su cara, cómo lleva el cabello, cómo es su barrio, su casa? Mencionemos detalles ("En la pared una foto blanca y negra de sus bisabuelos"). ¿Qué hace cuando no está luchando por el agua? ¿Preparando comida? ¿Reparando un carro?

Incluyamos elementos interesantes de su lucha: "Cada domingo va a la feria para convencer a los agricultores a que se sumen a la causa". Aquí podríamos seguir describiendo cómo se ve el mercado.

Si nuestro trabajo trata de la minería conviene describir el trabajo en la mina. Si hablamos de un evento cultural comunitario describamos la comunidad, los preparativos, las personas que vienen al espectáculo, qué pasa en el escenario y cómo reacciona la gente. Si estamos en una manifestación importante describimos el lugar y la diversidad de gente que participa.

Nuestras descripciones pueden incluir todos los sentidos que la radio normalmente no transmite: Lo que vemos, lo que olemos, las vibras que sentimos, el clima y tiempo de un lugar, el sabor de una comida.

Si acompañamos todas las descripciones con ambientaciones, creamos impresiones audiovisuales, atención y curiosidad en nuestra audiencia.

Muestras: ¡Escuchemos estas dos muestras con descripciones vivas!

MUESTRAS 7-1 Y 7-2

DINÁMICAS

Describamos en pocas palabras a un/a compañera/o de nuestra radio u organización.
Describamos el pueblo, el barrio, la calle dondo crecimos.

5. DESCRIPCIONES MÁS ORIGINALES ESCRITURA CREATIVA

La escritura creativa "desborda los límites de la escritura profesional, periodística, académica y técnica. Esta categoría de escritura incluye la literatura y sus géneros y subgéneros, en especial, la novela, el cuento y la poesía, así como la escritura dramática" *. La escritura creativa:

1. Sirve para desarrollar un estilo original y individual.
2. Es un proceso creativo, en el cual se impulsa una interacción entre razón y emoción.
3. Se incluyen todos los sentidos: Vista, oído, olfato, gusto y tacto.

En nuestro sitio web **(www.vocesnuestras.org/manuales-reportajesvivos)** puede encuentrar una lista de ejercicios.

*García Carcedo, Pilar (2011): Educación literaria y escritura creativa, Granada, GEU.



No todos los reportajes requieren locuciones grabadas en un estudio. Veamos estas dos posibilidades:

REPORTAJE CON LOCUCIÓN GRABADA EN EL LUGAR

Esta forma de radio-reportaje no tiene una locución grabada en el estudio, sino que la/el periodista graba en el lugar sus observaciones y también las preguntas que hace a las personas entrevistadas en el momento de la investigación en el lugar. Luego, al producir el reportaje se arreglan estas grabaciones según el hilo rojo y la dramaturgia que uno quiere dar al reportaje, se incluyen otros recursos sonoros (ambientaciones, música) y, cuando necesario, unas locuciones extras, grabadas en el estudio. Este tipo de reportaje puede escucharse más interesante y vivo que un reportaje convencional. Pero requiere mucha investigación y preparación (sobre todo, de las entrevistas), a menudo mucho más material grabado y también más experiencia periodística en el campo de hacer reportajes.

MUESTRA 8-1 "Estilo Francés"

EL RADIO-COLLAGE

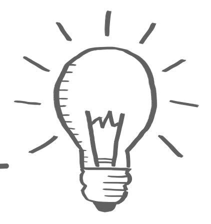
El radio collage cuenta una historia sin locución, pero sí requiere un guión. Utiliza como recursos entrevistas, ambientaciones y música. Mezclando estos recursos puede resultar en un reportaje auténtico y muy vivo, siempre y cuando tengamos claro qué queremos decir, si contamos con un hilo rojo y una dramaturgia. Al no tener locución - la cual normalmente nos sirve para presentar personas y describir sucesos, contextos, personas o lugares - es muy importante:

1. Que nuestras/os entrevistadas/os asuman estas descripciones (tenerlo presente al elaborar la batería de preguntas)
2. Poner aún más énfasis en la grabación de ambientaciones (la melodía de Big Ben es símbolo de Londres) y
3. en la selección de música (típica de un país, una región etc.)

Muestras:
¡Escuchemos estos dos radio collages!

MUESTRA 8-2 "Radio-collage"

RADIO COLLAGES:
1. ENTREVISTAS 2.MÚSICA
3. AMBIENTACIONES







Las ambientaciones son divertidas de grabar, editar y escuchar.

Las ambientaciones o sonidos de ambiente son cualquier sonido que estamos escuchando que no sean palabras o música: Sonidos que se puede oír en lugares como casa, trabajo, calle, naturaleza, hospitales o manifestaciones. Excepción: las conversaciones y la música que escuchamos en un lugar sí son ambientaciones; por ejemplo, una familia conversando en la cena, gritos y cantos en manifestaciones, una banda en un bar, etc.)

EN LOS REPORTAJES SE UTILIZAN AMBIENTACIONES PARA:

1. Dar autenticidad a la información (el/la periodista está en el lugar).
2. Apoyar la descripción de un lugar o una situación (que está haciendo nuestra/o protagonista, cómo se ve el barrio, una actividad económica, etc.)
3. Apoyar/dramatizar la información de un reportaje o una nota ("El 21 de junio de 2015, en Honduras, miles de personas se manifestaron en las calles") sin que la locución describa mucho.
4. Para un cambio de temas o lugares.
5. Para ayudarnos en la edición de **entrevistas hechas en lugares con ruido.** Grabemos ese ruido limpio, para luego garantizar una transición más fluida entre locución y entrevista.
6. Para suavizar una locución o una entrevista que grabamos bajo condiciones no óptimas (susurros, ecos, resonancias, viento, aire condicionado, etc.).
7. En "viajes sonoros".

¿DÓNDE CONSEGUIMOS AMBIENTACIONES?

1. Sonidos que grabamos en el lugar donde investigamos nuestro reportaje. ¡Graben, graben, graben!. Siempre es preferible utilizar grabaciones propias.
2. Bancos de sonidos.
3. De Youtube/Vimeo (Firefox tiene complementos/"add ons" que permiten extraer el sonido de un video). **Ejemplos:** manifestaciones, acontecimientos históricos, sonidos temáticos (aviones, mar, transito, etc.).

PREGUNTAS QUE DEBEMOS HACERNOS AL UTILIZAR AMBIENTACIONES:

¿Por qué quiero utilizar esta ambientación en este momento? ¿Qué quiero expresar con ella? ¿Entenderá nuestra audiencia de que se trata? ¿Hay otros recursos radiofónicos que tal vez son más adecuados para lograr el objetivo?

DINÁMICA

AMBIENTACIÓN DE REPORTAJES, ESTILOS DESCRIPTIVOS

Escuchemos varias ambientaciones. Contemos qué asociamos con el audio, describamos la situación, el entorno, lo que "vemos", e incluso contemos una historia inspirada en la ambientación que escuchamos.

MUESTRAS 9-1 HASTA 9-12

DINÁMICA
UN VIAJE SONORO

Cada grupo escoge un "Viaje de Sonidos" de las muestras 9-15 hasta 9-19. Luego cada grupo redacta un texto corto y lo presenta junto con su muestra.

MUESTRAS 9-15 HASTA 9-19





La musicalización siempre ha sido un elemento importante en los radio-reportajes. Una posibilidad es enfatizar el mensaje del reportaje y darle cierto "estado de ánimo". Si un reportaje carece de otros sonidos, la inclusión de música hace que se escuche menos seco. Junto con otros sonidos (ambientaciones), la musicalización es un elemento más para hacer nuestro reportaje más vivo. Sin embargo, hay algunos puntos que hay que tomar en cuenta:

1. Siempre pensar en el "por qué". ¿Por qué utilizar música en este momento? ¿Qué quiero expresar con esta música?
2. ¿Hay otros recursos radiofónicos que tal vez son más adecuados para lograr el objetivo?
3. Cuidado con los derechos de autor/a.
4. Los cantos a menudo perturban la locución del reportaje; es recomendable utilizar partes instrumentales.
5. La música tiene que responder al humor, al ritmo y al tema del reportaje.
6. Un peligro es que a las/los oyentes no les guste la música y por ende dejen de escuchar.

Aquí hay algunas parodias de reportajes donde la música no funciona:

MUESTRA 10-1 El canto perturba la locución
MUESTRA 10-2 La música no corresponde con el lugar
MUESTRA 10-3 La música no corresponde con el humor
MUESTRA 10-4 La música domina al contenido





Se aprecia mucho cuando los medios de comunicación brindan un servicio o dan consejos prácticos a su audiencia. Nuestras producciones radiofónicas a menudo informan sobre la lucha social. Tratamos temas de salud pública, de medio ambiente, de género, de derechos laborales, de seguridad ciudadana, de derechos humanos, de corrupción. Pero pocas veces estas producciones contestan una pregunta clave para nuestra audiencia: ¿Qué puedo yo, como oyente, hacer, si estoy sufriendo la misma situación? ¿A quién puedo dirigirme? ¿Cómo me puedo sumar a la lucha? ¿Cuáles son mis derechos? ¿Dónde encuentro a gente con las mismas preocupaciones o problemas?
Muchas veces nuestra audiencia se queda con las malas noticias, pero no le damos orientación para actuar.

La información con respuestas a estas preguntas es una manera sencilla y eficaz de darles orientación y motivación a las y los oyentes para hacer algo. Además, genera más apego a nuestro programa que una simple información sobre lo que está pasando en nuestros países. Puede ser facilitando el contacto a una iniciativa o ONG que retratamos en nuestro reportaje; que las personas entrevistadas respondan a la pregunta: "¿Qué puede hacer la gente que nos escucha?"; con información sobre "mis derechos" y "dónde conseguir más información y ayuda". ¡Hagámoslo!

DINÁMICA:
EXPLIQUEMOS A UN/A ADOLESCENTE EN PALABRAS SENCILLAS LO SIGUIENTE:

1. ¿Por qué los transgénicos son malos para mí y el medio ambiente, y qué puedo hacer para evitar estos productos?
2. El derecho a la comunicación. ¿Qué es? ¿Qué es una radio comunitaria? ¿Qué me brinda? ¿Qué podría hacer yo en una radio comunitaria? ¿Cómo sumaré al movimiento?





Vivimos en un subcontinente lingüísticamente muy diverso, pero en el cual los idiomas originales han sido oprimidos e ignorados -especialmente en los medios-. El uso de lenguas indígenas en los medios **reconoce** la existencia de una diversidad de culturas, **incluye** a poblaciones históricamente excluidas y **sensibiliza** a la población hispanohablante de la existencia de otras culturas.

Incluir o al menos dar visibilidad a otros idiomas es importante:

1. Para promover la integración o la convivencia: La "mayoría" debe aprender que los otros no son tan diferentes, y que tienen problemas muy similares.
2. Porque es una herramienta para abolir jerarquías en la sociedad.

3. Porque es una posibilidad para ofrecer enriquecimiento cultural promocionando la diversidad.
4. Por la necesidad de que la gente se acostumbre a otros idiomas y dialectos.

Mientras el video brinda la posibilidad de poner subtítulos, la radio tiene ciertas capacidades para incluir otros idiomas y en los radio-reportajes bilingües es necesario que o la persona comunicadora o la persona entrevistada dominen los dos idiomas.

VOICE OVERS

La voz original suena los primeros segundos, luego se baja el volumen del audio (pero no a cero) y empieza el Voice Over; es decir, la traducción del audio. Esta traducción no tiene que ser palabra por palabra, sino que puede resumir o contextualizar un poco. Si dejamos más tiempo para la voz original antes y después del Voice Over, el/la oyente puede sumergirse más en el idioma de la persona entrevistada. El Voice Over puede hacer pausa en algún lugar y luego subir otra vez el volumen del audio original, para que la audiencia pueda escuchar un poco más del idioma original. Cuando termine el Voice Over, dejamos escuchar a nuestra/o entrevistada/o unos segundos más.

MUESTRA 12-1 Voice Over

LA TRADUCCIÓN CONSECUTIVA

Dejamos hablar a la persona entrevistada y sólo después presentamos una traducción completa. Ventaja: Se escucha toda la entrevista en el idioma original. Desventaja: Se pierde tiempo. Escuchemos nuevamente el reportaje sobre la piña en Costa Rica, producido por la Radio Suiza:

MUESTRA 12-2 Traducción consecutiva

LA TRADUCCIÓN RESUMIDA

Dejamos hablar a la persona entrevistada y después presentamos una traducción resumida. Ventaja: Se escucha toda la entrevista en el idioma original. Desventaja: Dependiendo de qué tan resumida sea la traducción se pierde información o tiempo.

MUESTRA 12-3 Traducción resumida

JUGAR CON EXPRESIONES Y PALABRAS

En el reportaje o en una sección extra se traducen palabras claves (Agua, Wasser, Water.... Madera, Holz, Wood…. Mujer, Frau, Woman), frases completas (La vida es bella, Das Leben ist schön, Life is beautiful) o conceptos (Cosmovisión Maya, mayab' q'ijilowem … Pacha Mama, Madre Tierra). Desventaja: No se escuchan frases completas, sino solamente palabras aisladas. Al menos logramos sensibilizar a nuestra audiencia sobre la existencia de otras lenguas. Escuchemos una muestra producida por el Proyecto Babelingo, Radio Lora, Zurich, Suiza):

MUESTRA 12-4 Jugar con expresiones y palabras

TRANSMISIÓN SIMULTÁNEA

Especialmente cuando transmitimos en vivo, se pueden utilizar dos o más idiomas de manera equitativa. Puede ser que un(a) locutor(a) que maneja los idiomas del programa salte entre ellos. Puede ser que dos locutores/as presenten el programa y cada uno/a se queda en su idioma. No se traduce entre idiomas; pero la similitud de contenidos está garantizada porque se habla del mismo tema.

Escuchemos un ejemplo de un partido de fútbol entre Austria y Turquía, en una transmisión hecha simultáneamente en alemán y turco (Radio Orange, Viena, Austria).

MUESTRA 12-5 Trasmisión simultánea

REGIONALISMOS / MODISMOS

Para que nuestra audiencia nos pueda entender en toda Mesoamérica, hay que tener cuidado con los modismos. Pero eso no significa que no podemos utilizarlos. De hecho, un programa mesoamericano puede volverse más entretenido si se escuchan los modismos de otras partes, siempre y cuando expliquemos qué significan.

AUTOBÚS BUSETA
MICRO COLECTIVO BUS
CARRITO LIEBRE





POSIBILIDAD: AUDIO-SLIDE-SHOWS COMBINANDO AUDIOS Y FOTOS

1. Audios: Todos los recursos que caracterizan el reportaje radiofónico: **Locución, entrevistas, música, ambientaciones, efectos y/o silencio.**

2. Las imágenes corresponden con cada escena y el aspecto del reportaje.

3. Crean un valor intemporal en línea y una capa emocional adicional, brindan orientación e información adicional.

4.Habrá que tomar varias fotos por escena-aspecto. **(horizontal 16:9).**

5. Armar el slideshow con programas de edición de videos sencillos **(más fácil y rápido que la edición de un video.**

Desde que apareció la Internet, en varias ocasiones se ha declarado a la radio como el primer medio tradicional moribundo. Afortunadamente no ha sido así. Al contrario, con el invento del mp3 y los podcasts, la radio vivió una segunda primavera. Pero en los últimos años, con conexiones cada vez más rápidas, las costumbres de las y los consumidores han cambiado: Más videos, menos audios. El podcast ahora vive en la sombra. Sin embargo, la radio necesita defender su espacio y tiene una posibilidad de sobrevivir: En forma de un "Audio-Slide-Show". Aquí podemos ver algunas muestras:

MUESTRA 13-1 La vida en la capital de Somalia
MUESTRA 13-2 Audio-Slideshows - Langostas

LOS AUDIO-SLIDE-SHOWS

Combinan una producción radiofónica con una serie de imágenes, principalmente fotos, que aparecen una tras otra, acompañando al sonido.
Funcionan como reportajes tradicionales (locuciones y entrevistas), narraciones y notas (sin entrevistas) o como collages (sin locución).
Mantienen a la gente escuchando mientras siguen atentas por imágenes que se actualizan constantemente.
Se pueden utilizar todos los recursos sonoros, incluyendo música, ambientaciones y silencio.
Las fotos tienen que tener un formato 16:9; es decir, horizontal.
Las imágenes siempre tienen que corresponder con cada escena y aspecto del reportaje.
Se puede armar el Audio-Slide-Show con programas de edición de video sencillos y gratuitos.

Lo último complica un poco el proceso de conseguir el material para nuestro reportaje, ya que no solamente necesitamos conseguir audios (entrevistas y ambientaciones), sino también fotos capaces de ilustrar cada escena o aspecto de nuestro reportaje. Para no tener que llevar -y manejar de manera consecutiva- una grabadora y una cámara de fotos, el teléfono inteligente puede ser una alternativa. Hoy en día tienen cámaras que para nuestro Audio-Slide-Show son de una calidad más que suficiente. Existen apps, que mejoran mucho la calidad de un audio grabado por el teléfono inteligente. Sin embargo, si queremos conectar un micrófono externo tenemos un problema: Los micrófonos externos tienen un enchufe "miniplug" de tres puntos. El teléfono tiene una entrada de 4 puntos. Es decir que para conectar el micrófono, necesitamos un adaptador de 3 a 4 puntos. A pesar de estos inconvenientes, con adaptador o app, el teléfono inteligente parece la mejor herramienta para producir y publicar reportajes comunitarios multimedia.

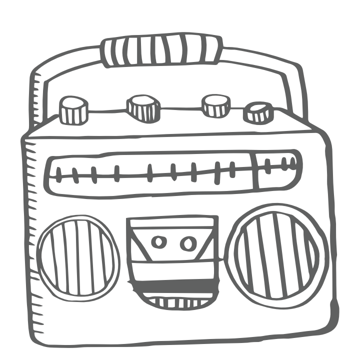
¿QUÉ NECESITAMOS PARA GRABAR Y EDITAR?

1. Una grabadora de audio, con capacidad de grabar mono/estéreo y en formatos wav/mp3 y que permite conectar un micrófono externo (Costo: 100 – 250 USD).

2. Un micrófono externo (Costo: 100 - 200 USD).

3. Alternativa: Un smartphone con un app gratuito que mejora la calidad de la grabación (p.ej. Auphonic para Android y iPhone o HQ-Voice-Recorder para Android).

4. Una computadora con un programa de edición de audio (por ejemplo: Audacity, un programa sencillo de software libre).



MANUAL DE RADIO-REPORTAJES MÁS VIVOS





